

1. 本授業科目の基本情報

科目名（コード）	デジタル・マーケティングⅢ（TDB213） マーケティング応用Ⅰ（TGB249）	配当学年	2学年
講義名（コード）	デジタル・マーケティングⅢ（TDB213） マーケティング応用Ⅰ（TGB249）	単位数	2
対象学科	グローバルビジネスコース	時間数	30
対象コース	デジタル・ビジネスコース グローバルビジネスコース	講義期間	春期
専攻		履修区分	必修
授業担当者	居山 由彦/田尻 佐和子	授業形態	座学
成績評価教員	居山 由彦/田尻 佐和子	実務者教員	○
実務者教員特記欄	本授業は関連業界で職業経験ある講師にて実施される。		

2. 本授業科目の概要

目的（位置づけ）	本授業はデジタルをキーワードに授業をし、マーケティングに応用する者である。
到達目標	マーケティングを理解し、それをICTで活用できるようにする。
全体の内容と概要	授業では、専門家を交えて事業を行っていく。
授業時間外の学修	新聞、雑誌、インターネットはもとより、SNSなどにも鋭く、見つめていくこと。
履修上の注意事項	ICTについての基礎知識に力を入れること。
特記事項	

3. 本授業科目の評価方法・基準

評価前提条件				
評価基準		知識（期末試験点） 60%	自己管理能力（出席点） 30%	協調性・主体性・表現力（平常点） 10%
評価方法		期末試験の点数	出席率X 0.3 (小数点以下切り上げ)	授業中の活動評価点 (5点を基準に加点・減点)
評価	評価基準	評価内容		
S	90～100点	特に優れた成績を表し、到達目標を完全に達成している。		
A	80～89点	優れた成績を表し、到達目標をほぼ達成している。		
B	70～79点	妥当と認められる成績を表し、不十分な点が認められるも到達目標をそれなりに成している。		
C	60～69点	合格と認められる最低限の成績を表し、到達目標を達している。		
D	59点以下	合格点と認められる最低限の成績に達しておらず、到達目標を充足しておらず単位取得が認められない。		
F	評価不能	試験未受験等当該科目の成績評価の前提条件を満たしていない。		

4. 本授業科目の授業計画

回	日程	講師	授業内容
1	4月18日	担任+田尻様	イントロダクション 1年生授業の振り返り DBコース学生：1年のサマリーをまとめる。 CHコース学生1年生のMKGで学んだことのエッセンスをまとめる。
2	4月25日	担任+田尻様	DBコース学生：2年のサマリーをまとめる。グループ発表 CHコース学生：MKGで学んだことのエッセンスをまとめる。グループ発表。
3	5月2日	授業なし	
4	5月9日	田尻 様	マーケティングの基本 ペルソナ設計、マーケティングフレームワークの活用(3C,SWOT分析,STP分析,4P) カスタマージャーニーマップ
5	5月16日	田尻 様	マーケティングの歴史・ダイレクトレスポンスマーケティング 購買プロセス(AIDMA,AISAS,AISCEAS)購買ファネル
6	5月23日	田尻 様	トリプルメディア(アウンドメディア・ペイドメディア・オウンドメディア・) コンテンツマーケティング
7	5月30日	田尻 様	ソーシャルメディアマーケティング (Facebook,Instagram,Threads,x,TikTok,LINE)
8	6月6日	田尻 様	SNS広告(Facebook,Instagram,YouTube,LINE)・リスティング広告・ディスプレイ広告
9	6月13日	田尻 様	WEBサイト(独自ドメイン,SSL,レスポンシブウェブデザイン,HTML) ランディングページ(QUESTの法則・PASTORの法則・PASONAの法則・新PASONA の法則)
10	6月20日	田尻 様	2ステップマーケティング・リストマーケティング 顧客を育てるメルマガ・LINE
11	6月27日	田尻 様	脳科学マーケティング・心理トリガー
12	7月4日	田尻 様	Google が掲げる 10 の事実 SEO・Googleキーワードプランナー
13	7月11日	田尻 様	PDCA・Googleアナリティクス・Google Search Console・Google PageSpeed Insights
14	7月18日	田尻 様	まとめ 期末テスト（理解度テスト）
15	7月25日	田尻 様	追試

5. 本授業科目の教科書・参考文献・資料等

教科書	毎回、データを配布
参考文献・資料等	授業ごとに紹介する。
備考	・本教員は、外資系企業にて、営業や人事その他の業務を歴任した。その経験を活かして、企業コンサルタント、学校等の高等教育機関にて指導を展開している。